La pose como acto social: tecnología y representación en el retrato fotográfico femenino, de la solemnidad al *selfie*

Helena Garay Tejería[1]
Universidad Europea del Atlántico, España

Recibido: 07 de marzo de 2025
Aceptado: 13 de mayo de 2025



Cómo citar: Garay Tejería, H. (2025). La pose como acto social: tecnología y representación en el retrato fotográfico femenino, de la solemnidad al selfie. *Revista Pares - Ciencias Sociales, 5*(1), 70-78.
ARK
CAICYT: https://id.caicyt.gov.ar/ark:/q7txkxeex

Resumen
Se realiza un recorrido por la evolución de la pose corporal en el retrato fotográfico popular desde los primeros años de la fotografía, a mediados del siglo XIX, hasta las primeras décadas del siglo XXI, con el objetivo de analizar si cada hito tecnológico ha establecido nuevos estilos o cánones que han influido en la representación del individuo en la imagen. El estudio se centra en retratos tipo *selfie* protagonizados por mujeres, con el fin de examinar cómo estos procesos inciden en su exposición, idealización e identidad visual. Se adopta un enfoque cualitativo basado en el análisis documental de fuentes teóricas entre ellas Fontcuberta, Sontag, Eco, Goffman, Berger y Freund para reflexionar sobre el papel de la pose fotográfica en la representación del individuo y su relación con los contextos culturales, visuales y técnicos. Se identifican momentos clave, como el daguerrotipo, las cámaras de 35 mm la digitalización y la incorporación de la cámara al móvil, transformado cómo las personas se muestran ante la cámara. La investigación concluye que la elección de la pose no es un acto aislado, sino que responde a un proceso de imitación y adaptación a modelos visuales predominantes en la sociedad.
Palabras clave: retrato, fotografía, pose, historia de la fotografía, imagen

The pose as a social act: technology and representation in the female photographic portrait, from solemnity to the selfie

Abstract
A journey through the evolution of the body pose in popular photographic portraiture from the early years of photography in the mid-nineteenth century to the first decades of the twenty-first century, intending to analyse whether each technological milestone has established new styles or canons that have influenced the representation of the individual in the image. The study focuses on selfie portraits of women to examine how these processes affect their exposure, idealisation, and visual identity. A qualitative approach based on documentary analysis of theoretical sources including Fontcuberta, Sontag, Eco, Goffman, Berger and Freund is adopted to reflect on the role of the photographic pose in the representation of the individual and its relationship to cultural, visual and technical contexts, identifying key moments, such as the daguerreotype, 35mm cameras, digitisation and the incorporation of the camera into the mobile phone, transforming how people appear in front of the camera. The research concludes that the choice of pose is not an isolated act, but responds to a process of imitation and adaptation to predominant visual models in society.
Keywords: portrait, photography, pose, history of photography, image

[1] Profesora de Fotografía en los grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad, con una sólida formación en Bellas Artes y una trayectoria académica y profesional centrada en la investigación, la docencia y la práctica artística. Licenciatura en Bellas Artes por la Facultad de Cuenca (2010). Postgrado en Fotoperiodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona (2011). Máster en Dirección de Fotografía Cinematográfica por la Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (2012). Máster en Comunicación Corporativa por la Fundación Universitaria Iberoamericana FUNIBER (2021). Doctora en Humanidades, Artes y Educación por la Universidad de Castilla-La Mancha, con mención cum laude (2024), su trabajo abarca el estudio de la imagen, la cultura visual y las nuevas narrativas fotográficas. Ha participado en exposiciones, explorando la relación entre la fotografía, la comunicación y la sociedad. Su labor docente se orienta al análisis crítico y creativo de la imagen, fomentando la reflexión sobre su impacto en los medios y la cultura.
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0101-4781
Correo electrónico: helena.garay@uneatlantico.es

A pose como ato social: tecnologia e representação no retrato fotográfico feminino, da solenidade à selfie

Resumo

Realiza-se um percurso pela evolução da pose do corpo no retrato fotográfico popular desde os primórdios da fotografia, em meados do século XIX, até às primeiras décadas do século XXI, com o objetivo de analisar se cada marco tecnológico estabeleceu novos estilos ou cânones que influenciaram a representação do indivíduo na imagem. O estudo centra-se em retratos *selfie* protagonizados por mulheres, de modo a analisar como estes processos afetam a sua exposição, idealização e identidade visual. Com uma abordagem qualitativa, baseada na análise documental de fontes teóricas como Fontcuberta, Sontag, Eco, Goffman, Berger e Freund, para refletir sobre o papel da pose fotográfica na representação do indivíduo e a sua relação com os contextos culturais, visuais e técnicos. Identificam-se momentos-chave, como o daguerreótipo, as câmaras de 35 mm, a digitalização e a incorporação da câmara no telemóvel, transformando como as pessoas se mostram em frente à câmara. A investigação conclui que a escolha da pose não é um ato isolado, mas responde a um processo de imitação e adaptação aos modelos visuais predominantes na sociedade.

Palavras-chave: retrato, fotografia, pose, história da fotografia, imagem

1. Introducción

A partir de las múltiples tipologías que ofrece el retrato fotográfico, esta investigación aborda cómo ha evolucionado la apariencia y representación del individuo en la imagen fotográfica en relación a la pose corporal desde su contexto analógico hasta su amplio marco digital. Para ello, se ha realizado un recorrido que se inicia en los tiempos de las *cartes de visite* y termina con el *selfie*, dos fenómenos del retrato fotográfico responsables de la democratización de la fotografía y promotores de esa fascinación del yo en la imagen. El estudio se inscribe en un enfoque cualitativo y se basa en el análisis documental de fuentes teóricas, visuales e históricas, con el objetivo de explorar cómo los avances tecnológicos han influido en la construcción de la pose como forma de representación.

El presente artículo se estructura en torno a cuatro conceptos interrelacionados que sustentan la hipótesis planteada: cada hito fotográfico ha dado lugar a nuevos estilos o cánones de belleza que afectan y transforman la pose corporal en el retrato, estableciendo nuevos cánones visuales asociados a estereotipos sociales y estéticos propios de cada época, dando cuenta cómo los condicionamientos técnicos y sociales han influido en la construcción visual de la identidad a través del retrato. Para sustentar esta reflexión, se toma como base el pensamiento de autores como Fontcuberta, Sontag, Eco, Goffman, Berger y Freund, cuyas aportaciones permiten analizar los vínculos entre tecnología, representación y cultura visual desde una perspectiva crítica y contextualizada.

Estos conceptos son: la memoria, la apariencia, la representación y la verdad fotográfica, que vamos a relacionar con los siguientes hitos: la implantación del daguerrotipo, la estandarización de las cámaras de 35 mm en el mercado y la integración de la cámara fotográfica en la telefonía móvil.

Para comprobar sí el desarrollo de la tecnología es promotor y a la vez responsable de los cambios y modas en el retrato fotográfico, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿hasta qué punto la evolución tecnológica ha influido en la elección de la pose en el retrato fotográfico y qué implicancias tiene esto en la representación del individuo? Aunque el recorrido abarca diferentes momentos históricos del retrato fotográfico, la investigación se enfoca particularmente en el fenómeno del *selfie* y en las imágenes autoproducidas por mujeres en entornos digitales, por ser uno de los grupos más expuestos a las exigencias visuales y estéticas contemporáneas.

Lejos de ser un gesto espontáneo, la pose es un acto codificado que expresa deseos personales, normas sociales y convenciones culturales y como apunta el crítico Fernando Castro (2008) que "posar es adoptar una postura que se supone que no es natural" (p. 13), ya que no deja de ser un acto teatral llevado a cabo en un momento concreto apuntando, además, la necesidad de la incomodidad, si lo requiere, con el fin de llegar al objetivo principal que es hacerse presentable.

Así bien, posar conlleva una serie de decisiones que afectan directamente a la postura como: de pie, sentado, de rodillas o recostado, sonriendo, serio, neutral o desafiante y que, en ocasiones, gracias a la digitalización de la imagen, se quedan en un ensayo y error hasta la aprobación del resultado final.

Todas estas cuestiones, que no son más que instrucciones para potenciar una imagen deseada, se producen en un tiempo concreto de inmovilidad y, por ende, de previa instantaneidad fotográfica como es la detención de la pose, o como Castro (2008) apunta en un rectificar del aspecto por el fin de la representatividad:

> Uno se pone a mirar como pretende ser visto: ofrece la imagen, la imagen de sí mismo. En una palabra, ante una mirada que fija e inmoviliza las apariencias, adoptar la postura más ceremonial es reducir al ridículo y de torpeza y dar al otro una imagen de sí preparada, es decir, definida de antemano (p. 14).

Y la pose no es solo la presentación idealizada de uno mismo, la pose aporta segundas lecturas develando códigos sociales como son las modas y tradiciones de una época y de una sociedad concreta a lo largo de la historia.

2. Desarrollo

Como señala Ansón (1996), 'la fotografía se convierte en retrato' en cuanto se desvía de sus usos científicos iniciales y se convierte en un medio de representación individual.

Ambos procesos impulsan una práctica visual que se mantiene en el tiempo y que da lugar a lo que el propio autor

denomina un "comercio generalizado de la imagen personal" (p. 269). Este tráfico que experimenta la imagen personal a lo largo de la historia, hace que el retrato sea testigo y partícipe del progreso técnico y desarrollo social desde finales del siglo XIX hasta las primeras décadas del siglo XXI.

2.1. Memoria

El concepto de memoria nos lleva a preguntarnos ¿por qué nos retratamos? La respuesta se vincula con el tiempo y con la capacidad que tiene la fotografía para preservar la imagen de una persona, puesto que el uso y la finalidad del retrato han evolucionado y diversificado al demostrar que nos retratamos atendiendo a múltiples razones que, en ocasiones, se escapan de lo que podríamos entender como el cometido inicial del retrato: la identificación ante la respuesta de 'este soy yo'.

Estas causas responderían para la mayoría que se hacen retratos, a tres necesidades vinculadas con el tiempo: la primera de ellas el pasado y el deseo del recuerdo, otorgando al retrato la función de ser un soporte que nos permite recordar en un futuro, cómo éramos y qué apariencia teníamos en un momento determinado. La segunda, el presente y la idea de permanencia en el tiempo, para contar a generaciones futuras, cómo éramos y quiénes hemos sido, obteniendo un tipo de retrato con carácter autobiográfico que documenta la vida y guarda memoria visual, manteniendo esa idea y uso tradicional de la fotografía del recuerdo, sin buscar una retroalimentación como premisa y cuya producción es moderada y justificada. Mientras que la tercera, enmarca aquellos retratos que son consumidos en la cultura de la inmediatez, funcionando como imágenes que, en la mayoría de las ocasiones, sustituyen a la palabra a la hora de comunicar y que son fruto de la actividad de las redes sociales.

En consecuencia, a esta clasificación diríamos que casi todo retrato interpreta dos de los tres tiempos mencionados. Por ejemplo, un *selfie* publicado para mostrar una situación presente 'aquí y ahora' puede convertirse con el tiempo en un testimonio del pasado 'así era yo". Lo mismo sucede con un retrato que inmortaliza una celebración como es un cumpleaños, dado que se retrata con el fin de congelar y no perder el presente para que en un futuro pueda ser mirado, así lo apunta Genaro (2012) "el retrato fotográfico representa la ausencia en el presente, y la presencia en el pasado" (p. 271).

2.2. Apariencia

La apariencia en el retrato es una representación visual que facilita la identificación de la persona retratada, aunque dicha representación está lejos de ser objetiva. Sin embargo, esa apariencia, que nos ayuda a reconocer a la persona retratada, es adaptable y cambiante gracias a las diferentes poses y expresiones adoptadas, al igual que a la vestimenta y resto de accesorios que acompañan. Incluso esta, se puede ver afectada por factores como la iluminación, el ángulo de la cámara y la intención del modelo o del fotógrafo, así como la decisión de retocar, filtrar o editar con el deseo de alterar la propia apariencia de uno.

La apariencia, por tanto, no es un reflejo fiel de la realidad, sino una construcción sujeta a múltiples decisiones, ya que esta solo nos habla de la superficie, debido a que muestra únicamente el aspecto exterior de una persona u objeto a causa de la toma de consideraciones relacionadas con la selección de poses, expresiones o incluso escenarios, afectando al resultado de la imagen y, sobre todo, a la percepción que uno mismo obtiene cuando contempla su imagen, ya que el propio acto de posar implica directamente adoptar una forma concreta y por ello antinatural ante la cámara.

No es extraño que muchas personas busquen mostrar en sus retratos la mejor versión de sí mismas, ajustándose a estándares que asocian 'verse bien' con éxito o reconocimiento social.

Esta atención que se da a la apariencia en el retrato fotográfico está relacionada con cierto deseo de éxito, de triunfo y de reconocimiento personal. Una afirmación que viene al preguntarse por 'cómo me quiero ver en la fotografía' y 'cómo quiero que me vean los demás cuando vean mi fotografía'. Además, la apariencia en el retrato fotográfico ayuda y es utilizada para comunicar diferentes significados y estados de ánimo que el modelo o fotógrafo, en función de la situación, quiere resaltar atendiendo a una posición social determinada o a un estado emocional.

Esta dimensión expresiva se hace especialmente visible en el contexto digital, donde muchas imágenes replican modelos publicitarios o estéticos dando como resultado una mezcla entre las que son generadas por conocidos, amigos y anónimos y por aquellas pertenecientes a *influencers* o celebridades.

Para señalar cómo la apariencia del retratado se ha ido modificando y variando a lo largo del tiempo identificamos dos razones: la primera, por la evolución de la técnica fotográfica y, la segunda, por la influencia que ejercen las tendencias del momento.

A partir de estas consideraciones, retomamos los tres hitos mencionados como factores clave en la transformación de la práctica del retrato y en la centralidad de la apariencia en la imagen. Todos ellos presentan similitudes en sus formas de producción, lo que evidencia que el retrato se ha convertido en una práctica que democratiza el acceso a la imagen, favorece la sensación de pertenencia a un grupo y promueve la repetición e imitación entre fotografías.

En orden cronológico (mitad del siglo XIX y principios del siglo XX) destacamos las *cartes de visite*. La mayoría de estos retratos de estudio son similares: predomina la orientación vertical del formato y la verticalidad del modelo en el centro de la imagen, los planos más utilizados son el general y el medio primer plano, el esquema más común es el de cuerpo entero y la ubicación del fotógrafo frente al modelo es totalmente frontal. Observamos también, cómo se establece un patrón compositivo y repetitivo que nos recuerda al retrato pictórico que refleja las convenciones sociales de la época. Y, de manera frecuente se retrataba en entornos específicos, como estudios fotográficos, salones e incluso paisajes pintorescos. Estos entornos buscaban transmitir un estatus social o un mensaje simbólico. "Fueron una de las primeras

formas de retrato adoptadas por la capa ascendente de la burguesía: significaron para esta una manera de expresar su culto a la individualidad" (Freund, 2017, p. 14).

También, podríamos decir que estos retratos configuran



Figura 1. Carte de visite
Nota: Retrato femenino en estudio típico del formato *carte de visite*, caracterizado por la pose frontal y rígida, la escenografía controlada y la ausencia de expresión emocional. Esta imagen refleja los códigos visuales de representación del cuerpo femenino en el siglo XIX, bajo los condicionamientos técnicos de la época y las convenciones sociales de la clase media emergente. Fecha de creación: 1859-1870. Fuente: Boston Public Library.

la primera industria de la imagen por su opción a la reproducción y, a la par, dan lugar al primer fenómeno de masas por el retrato fotográfico producido por la difusión y por el coleccionismo de retratos de personajes célebres del momento.

En estos primeros retratos, la apariencia es una de las características más visibles, lo vemos en la pose marcada, en la expresión adoptada y en el atuendo puesto, a veces, símbolo de estatus social, muy similar al retrato de carácter oficial, donde la expresión del retratado está moderada. Predomina una gestualidad contenida y una pose corporal completamente estática. Además, retratarse era un acto ceremonioso que confirmaba un estatus social. De ahí que, y entre otras cosas, que el estilo del retrato presente muchas similitudes con el retrato pictórico, dado que tanto el fotógrafo como el modelo tenían como único referente a la pintura. Son retratos firmes, quietos e inexpresivos que representan casi a modo oficial, la presentación de un individuo y que se relaciona con el término de reflectogramas de Fontcuberta (2016) al indicar que todos aquellos retratos que son fotografiados a través de la imagen proyectada en los espejos de los ascensores o cuartos de aseo y donde previamente ha habido una pose ensayada, no son más que un nuevo género gráfico que, con la distancia suficiente de la comparación, recuerda la huella de la costumbre pictórica de los retratos con espejo de casi todos los artistas de tiempos pasados.

En estos primeros retratos realizados con las técnicas de por entonces como el daguerrotipo, el acto de retratarse adquiere cierta solemnidad por diferentes motivos: la cantidad de retratos fotográficos que una persona de clase media alta podía tener era infinitamente menor que la de generaciones futuras, el número de disparos era bastante reducido durante la toma, el retrato lo realizaba un profesional de la fotografía en el interior de su estudio y, la fotografía, finalmente quedaba expuesta en la intimidad del hogar casi como un cuadro de pintura.

Estas particularidades definen un tipo de retrato y, por ende, definen una postura y compostura frente a la cámara. La pose adquiría un carácter casi ceremonial, y el retrato se presentaba como una carta de presentación visual cuidadosamente construida.

Este crecimiento y aceptación se traduce en una incuestionable afectividad atribuida a múltiples aspectos que marcan la diferencia con la pintura, cuyo acceso e incluso disfrute, estaba más restringido. Para empezar la fotografía presenta una mayor facilidad de acceso para la obtención de un retrato, debido a que su precio en mercado es más barato que las otras artes. Seguido, asoman pequeñas pinceladas de lo que será la instantaneidad fotográfica, puesto que el proceso y resultado de la imagen final da un resultado mucho más rápido si lo comparamos con el tiempo de posado frente al lienzo. Y, por último, presenta una mayor reproducción de la realidad, alejando ciertas apariencias idílicas propias del retrato pictórico de encargo.

Más adelante, comienza lo que sería otra de las grandes revoluciones fotográficas responsable de democratizar un poco más la fotografía, hablamos de cuando Kodak saca al mercado (1889) una cámara fotográfica fácil de usar. A partir de aquí todo cambia: ofrece la posibilidad de que cualquiera pueda tomar sus propias fotografías y cualquiera pueda ser fotografiado eliminando ese privilegio de clases.

Este control de la imagen lo vemos en el retrato, donde la pose se libera de la seriedad del estudio y donde a la expresión se le dice que sonría antes del disparo. Los fondos en ocasiones aportan información como en la fotografía de viaje, donde el retratado de vez en cuando es situado a un lado de la imagen para que en el resto de la fotografía se pueda apreciar el paisaje de fondo. Mientras que, en otras no se repara atención al fondo quedando este descuidado, desordenado o torcido, ya que lo único que importa es capturar esa instantaneidad del protagonista, que es el retratado.

La fotografía se hacía más familiar, más privada, y más inmediata y se realizan para ser contempladas en el ámbito privado:

> Contemplar un álbum familiar nos propone una experiencia existencial con el tiempo; experiencia que suscita el recuerdo selectivo ya que las fotografías muestran la selección de partes de la vida y ocultan otras. La acumulación de estas experiencias confirma el registro para la memoria. (Sánchez Montalbán, 2005, p. 294)

De manera paulatina la etapa inicial de autonomía fotográfica se desarrolla gradualmente a medida que la tecnología supera las limitaciones de tiempo de exposición. Esta autonomía, conocida como instantaneidad, surge debido a la reducción de costos en la producción y comercialización de imágenes, facilitada por Kodak.



Figura 2. Selfie
La imagen muestra una pose frontal en primer plano, cuidadosamente iluminada y estilizada, publicada junto a *hashtags* vinculados al bienestar físico y la autoimagen. Este tipo de imagen ilustra cómo el retrato íntimo se traslada a un espacio de visibilidad pública condicionado por los códigos de presentación en redes sociales. Retrato digital tomado del perfil público de @mummy_running_a_salon_ (2 de marzo de 2023).

Como resultado, esta primera instantaneidad y estas primeras cámaras portátiles se vincula con la libertad en la pose fotográfica ante la cámara, con la libertad de exposición y exhibición del sujeto y con la libertad de autoría. Son libertades camufladas en avances, que responden al deseo expresado de una sociedad partícipe del retrato fotográfico, puesto que queda avalado por las muestras conservadas de que la imagen personal y de uso privado, ha sido material de tránsito entre las diferentes miradas de los espectadores.

A partir de aquí, el retrato fotográfico se convierte en lenguaje universal que no atiende a idiomas y que responde en primera instancia al mismo entendimiento e incluso a la misma función que la propia pintura, 'me reconozco en la imagen' además de su cualidad por detener el tiempo para dar paso como resultado final a un soporte de y para la memoria, atributo interno de la fotografía y, por supuesto, del propio retrato.

La fotografía moderna, en contraste con métodos antiguos como el daguerrotipo, ofrece un control preciso sobre los disparos y democratiza el acceso a las cámaras, permitiendo al ciudadano tomar fotografías. Esto da lugar a retratos más naturales y auténticos, aunque cada imagen implica un costo económico y no ofrece la posibilidad de revisión inmediata como la fotografía digital posterior.

Dando un salto importante en el tiempo, en este tipo de imágenes, protagonizadas en su mayoría por mujeres jóvenes, se observa una presión visual orientada a la construcción de una imagen deseable, lo que conlleva una serie de decisiones estéticas influenciadas por estereotipos de belleza. Hablamos del *selfie* como segundo hito fotográfico. Aunque no comparte la estética propia de las *cartes de visite*, dado que el *selfie* se libera por completo de la rigidez corporal e incorpora la mueca al retrato fotográfico, constituye otro hito fundamental. Aunque se aleja de la estética solemne del siglo XIX, comparte con aquellas primeras imágenes la voluntad de controlar la imagen proyectada.

Por un lado, revoluciona la forma de retratarse y de hacerse retratos y, por otro, alimenta de forma paulatina, la percepción que uno puede tener de sí mismo al contemplar la imagen. O, en otras palabras, a raíz de la toma constante de *selfies* y de las herramientas digitales que van apareciendo, la persona que es al mismo tiempo modelo, fotógrafo y editor, tiene control absoluto para trabajar su apariencia en la imagen.

Con el *selfie* aparece otro tipo de instantaneidad conectada con la competencia digital, donde las cámaras fotográficas se van a ir sustituyendo por *smartphones*. Esta nueva instantaneidad, trae consigo características, herramientas y usos que tocan y trastocan la producción fotográfica, y, por ende, el propio retrato, abarcando desde el antes de la foto, momento previo a la pose, pasando por una especie de laboratorio de revelado, que mejora o enfatiza a criterio personal la imagen, para terminar en el compartir de la imagen fotográfica.

Esta etapa digital y su inabarcable producción fotográfica es una revolución que democratiza por completo a la fotografía y que rompe con todo lo preestablecido. Un retrato que invade tanto lo público como lo privado para ser consumido en público. Un retrato que se abre a todo tipo de planos, ángulos y expresiones y, que además, no está sujeto a particularidades como: el número de disparos, el coste económico, el tiempo de revelado o la exclusividad del recuerdo.

En el entorno digital, la lógica de la inmediatez desplaza en muchos casos la reflexión estética o simbólica, favoreciendo una producción acelerada y masiva de imágenes. Además, es un retrato que hace plantearnos su durabilidad y su relación con la memoria al ser una fotografía que nace, se consume y se almacena en entornos digitales, produciendo más fotografías de nosotros mismos de las que vamos a ver, en donde hay una preferencia creciente por una memoria estética, vinculada a la presentación visual del yo, que a menudo desplaza la dimensión emotiva propia del retrato familiar tradicional.

En consecuencia, a través del retrato y, al igual que hace la pintura, nuestra imagen alcanza un carácter casi de inmor-

talidad y de presencia casi permanente. De hecho, la fotografía continúa en ese ejercicio de capturar y conservar la apariencia física del individuo.

2.3. Representación

El arte ha ofrecido históricamente modelos para representar el rostro humano, pero no necesariamente ha garantizado una fidelidad objetiva, ya que el acto de posar implica directamente adoptar una forma concreta y, por ello, antinatural ante la cámara.

A la hora de representar de manera gráfica a un individuo, entran en juego diferentes decisiones tanto creativas como técnicas que van desde la expresión y pose del sujeto, hasta criterios que resuelven cuestiones como la luz, el encuadre o el ángulo. Estos aspectos nos han permitido comprobar que son factores que contestan a modas que la propia práctica del retrato ha ido asumiendo a lo largo de la historia y que dan respuesta a la hipótesis planteada al inicio de este escrito, puede observarse cómo ciertos hitos técnicos han coincidido con el surgimiento de nuevos estilos visuales, influyendo en la manera en que las personas se retratan y, a su vez, en cómo desean ser vistas.

Estas modas a la hora de posar en la fotografía quedan relacionadas directamente con el desarrollo de la técnica y el avance de la tecnología, lo vemos en los retratos realizados entre los siglos XIX y principios del XX, donde la forma de hacer retrato fotográfico queda sujeta a los requerimientos técnicos del momento y de ahí, esa quietud y gesto contenido del personaje en la mayoría de las imágenes, frente a la expresión y movimiento del retrato digital, el cual nos ofrece un amplio catálogo de poses y formas de retratarse.

Cierto es que, estas variantes a la hora de retratarse no solo se deben a la técnica si no a otros factores propios de cada época como los cambios en la tecnología, los enfoques artísticos y los cambios culturales a lo largo del tiempo.

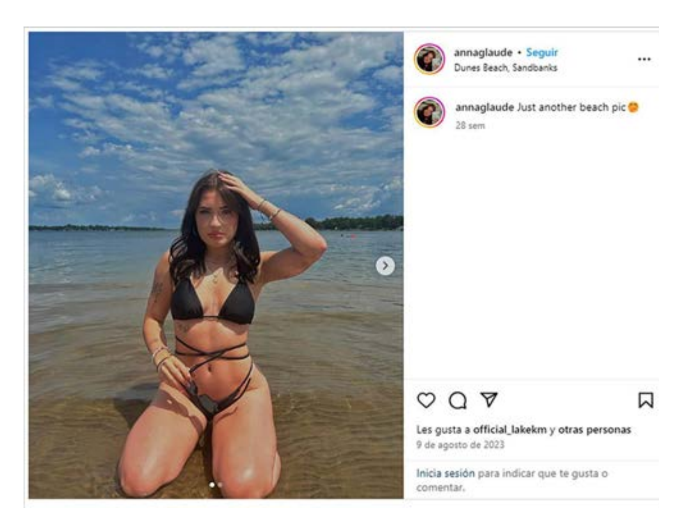


Figura 3. Retrato femenino en pose sexualizada en entorno público
La fotografía muestra un retrato posado en traje de baño en un entorno natural, con una postura frontal y expresión directa a cámara, ejemplo de cómo el retrato íntimo y corporal femenino circula actualmente en espacios públicos digitales a través de redes sociales. Publicada por @annaglaude en su cuenta pública de Instagram el 9 de agosto de 2023.

Igualmente, los escenarios donde se llevan a cabo estos retratos, al igual que la puesta en escena y la interpretación teatral son fundamentales para separar una época de otra. Todo ello nos lleva a relacionar la teoría del sociólogo Erving Goffman (1956) y su distinción entre el escenario principal (*front region*) y la antesala (*backstage*) en ese acto de presentación de la vida cotidiana de uno ante los demás, apuntando que el proceso de preparación de la imagen se realiza en el *backstage*, donde se ensayan diferentes gestos y poses, para así lograr la apariencia deseada y que nosotros hemos vinculado con ese ensayo y error de la pose hasta conseguir la imagen esperada. Como sostiene Butler (1990) el género se construye a través de la repetición de gestos, posturas y estilos corporales que, dentro de un marco normativo estricto, se repiten tantas veces que acaban pareciendo naturales o esenciales (p. 43-44). Esta idea permite entender la pose no como expresión espontánea, sino como acto aprendido y reiterado dentro de un marco normativo.

Además, en este ejercicio de preparación del yo en la imagen, de los estudios formales con fondos neutros se ha pasado a escenarios íntimos como habitaciones o baños, que antes quedaban fuera de la esfera representable. Esta tendencia rompe con la idea y la forma clásica del retrato, en donde estas estancias, consideradas de absoluta intimidad y privacidad quedan fuera de la imagen, dejando la exhibición de lo íntimo excluida del retrato fotográfico, mientras que en el retrato moderno la frontera con la privacidad queda anulada. En esta línea, Argerich (2015) afirman que "la digitalización, como fenómeno de reproductibilidad, ha desprendido al retrato de su materialidad física, quedando limitada su 'existencia' al visionado de las pantallas, como material visual recontextualizado, resignificado y proliferado" (citado en Olivares y Rubilarp., 2017, p. 6). Esta condición convierte al retrato digital en una imagen transitable que circula por múltiples espacios sociales, desanclada de su origen íntimo.

A estas diferencias entre retrato antiguo y retrato moderno a la hora de enseñar en un segundo plano el entorno más íntimo y, que nosotros hemos asociado con el *backstage* de Goffman, sumamos otra forma de mostrar esa intimidad y privacidad, situada en primer plano y completamente asociada a la pose adoptada. Nos referimos al retrato fotográfico en el que hay un deseo por reflejar sensualidad y sexualidad.

La sexualidad en el retrato ha ido variando según la época y el contexto cultural, observando, además, cómo tiempo atrás, a menudo quedaba subyacente y no se abordaba de manera explícita o, en todo caso, se podía encontrar retratos que aparentaban y sugerían sensualidad o intimidad a través de la elección de poses, gestos y miradas, llegando incluso, a ser considerada una práctica clandestina por estar asociada a la pornografía. Sin embargo, ahora, es un recurso habitual que ha ido adquiriendo mayor libertad y diversidad en todo tipo de fotografías generando un tipo de retrato y autorretrato influenciado principalmente por imágenes publicitarias, celebridades o *influencers*, donde la sexualidad queda asentada y

normalizada. Tal como señala John Berger (2014), “los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran siendo miradas” (p. 52). Esta observación sigue vigente en el retrato digital actual, donde muchas mujeres se autorrepresentan teniendo en cuenta la mirada externa, adaptando su pose y su expresión para responder a expectativas visuales aprendidas más que a una expresión espontánea del yo.

También ha ganado visibilidad la sexualidad, especialmente en los autorretratos digitales. Imágenes que incluyen gestos, poses o atuendos que remiten a códigos sexuales explícitos o insinuantes. Un consumo del retrato que nos devela el papel de *voyeur* que desempeña la sociedad digital y que nos plantea a su vez, la pregunta de por qué tantas personas deciden dejar el anonimato para exhibirse en público a través de imágenes.

En términos de representación consideramos que, al derribar esa frontera de la intimidad y privacidad tanto en los escenarios, como en la propia presencia a inmortalizar en el retrato en tiempos de conectividad, la representación se convierte en una práctica cultural profundamente atravesada por la tecnología, por el flujo de imágenes y por los mecanismos de circulación y retroalimentación propios de la sociedad conectada

2.4. Verdad

La fotografía ha sido históricamente asociada con la objetividad, bajo la creencia de que la cámara no miente. Y sabemos, que las imágenes tienen el poder de influir en nuestra percepción y comprensión y cuando una fotografía se presenta como verdadera, esperamos que refleje con precisión la realidad sin distorsiones intencionadas o manipulaciones en-




Figura 4. Retrato sin editar y retrato editado con FaceApp
Comparación entre un retrato original (izquierda) y su versión editada (derecha) mediante la aplicación FaceApp. La imagen muestra los efectos de estilización digital aplicados a través de inteligencia artificial, modificando rasgos faciales para ajustarlos a un ideal estético determinado. (2023). *Retrato sin editar y editado con FaceApp* [Fotografía]. Fuente: elaboración propia.

gañosas. Lo mismo sucede cuando vemos un retrato fotográfico, que esperamos una verdad fotográfica, a sabiendas que es un ejercicio subjetivo.

La fotografía generada y consumida en tiempos digitales refleja cómo esa distancia, entre verdad y mentira, que en cierta forma nos aleja de la realidad, se puede planear antes y después de la propia toma fotográfica para esconder o enfatizar diversos atributos gracias a diferentes factores como el encuadre, la pose o la oferta creativa ofrecida por diferentes aplicaciones. Todo ello hace el retrato fotográfico contemporáneo no es solo una representación visual, sino una narrativa mediada por decisiones técnicas y estéticas, que se ajusta a expectativas culturales dominantes.

Así lo vemos en el retrato para ser consumido en redes sociales. Estas imágenes ya no comunican únicamente ‘aquí estoy’, sino más bien ‘así quiero ser percibido’ o ‘me parezco a...’. De modo que, los *feeds* de las redes sociales brindan un flujo de imágenes que presentan ideales socioculturales de belleza donde surge una figura como el *influencer*, quien busca la autopromoción y el éxito de su imagen con el fin de convertirse en referencia estética e inspiración para otros usuarios.

Este rol fotográfico, queda relacionado con el estilo de imagen publicitaria y que a diferencia del retrato autobiográfico, funciona si hay retroalimentación por parte de otros. Además, es promotor de algunos cánones de belleza que dan lugar a diferentes estereotipos y que son imitados por el resto de usuarios que, a su vez, son seguidores de otros causando una repetición en la imagen y fabricando un tipo de retrato que nos acerca a ser quien no somos en realidad.

Nos encontramos con un tipo de retrato fotográfico, construido en base a la imagen de otros, donde el encuadre, el ángulo y los escenarios son similares y, donde las poses, los gestos, filtros y vestimenta son idénticos, donde el retrato deja de ser un ejercicio individual para convertirse en una respuesta colectiva a estereotipos y cánones estéticos compartidos. “Patrones claros de imitación en clave performativa; al copiar las poses, miradas, gestualidad - entre otros aspectos- de las estrellas digitales, para performar nuestra identidad en función de la mirada cultural hegemónica.” (Azkarate y Marcellán, 2021, p. 33).

Por ello, ese ‘hola, este soy yo y me parezco a’ deja leer entre líneas la influencia que ejercen estos ídolos sociales y deja también la evidencia, de esa búsqueda de éxito que ambicionamos en la imagen, asumiendo casi un rol de relaciones públicas de uno mismo a la espera de *likes*.

La facilidad de modificar digitalmente la imagen mediante retoques y filtros ha contribuido a la pérdida de confianza en la autenticidad del retrato. La edición se convierte en un paso habitual del proceso, haciendo que la mayoría de las imágenes compartidas estén intervenidas de algún modo. Esta toma de decisiones previas y posteriores al registro del retrato alimenta la desconfianza hacia la idea de verdad fotográfica. En palabras de Flusser (1983), “las fotografías no son ventanas abiertas al mundo, sino superficies que han sido codificadas para producir un determinado efecto” (p. 14). Esta codificación es especialmente evidente en los *selfies* digitales, donde la intervención estética no solo modifica la imagen, sino que produce una versión regulada y estilizada del yo visual. Por ello, la imagen fotográfica, especialmente en su forma digital, no es simplemente un reflejo de la realidad, sino un espacio de construcción identitaria.

Como ha señalado Butler (1990), el género se produce

mediante la repetición de actos corporales regulados por normas sociales, lo cual también se manifiesta en la pose visual, que adopta gestos codificados para parecer natural. En ese mismo sentido, Manovich (2001) sostiene que en los medios digitales la imagen ya no funciona como registro de lo real, sino como acceso a un conjunto de opciones visuales editables. En el selfie, estas dos dinámicas convergen: por un lado, se repiten posturas y miradas que responden a estéticas dominantes; por otro, se aplican filtros, retoques y decisiones compositivas que convierten la imagen en una interfaz personalizable. Así, la pose no solo comunica identidad, sino que encarna un proceso de adaptación visual al sistema de representación propio del entorno digital.

El *influencer* es la figura que más aportaciones da en relación a esa evolución y transformación de la pose corporal en el retrato fotográfico además de poner en tela de juicio la idea de verdad fotográfica. En definitiva, hay una búsqueda constante por presentar de manera idealizada la imagen de uno para reflejar de forma evidente cómo nos gusta vernos, cómo nos gustaría ser vistos y cómo queremos que se perciba una situación en particular y, para ello, se recurre en la mayoría de las ocasiones, al empleo de ajustes o uso de filtros que facilitan y potencian ese efecto idealizado. Esta idea recuerda las palabras de Sontag (2008):

> Muchas personas se inquietan cuando están por ser fotografiadas: no porque teman, como los primitivos, un ultraje, sino porque temen la reprobación de la cámara. Quieren la imagen idealizada: una fotografía donde luzcan mejor que nunca. Se sienten reprendidas cuando la cámara no les devuelve una imagen más atractiva de lo que son en realidad. Pero pocos tienen la suerte de ser «fotogénicos», o sea, de lucir mejor en fotografías (aun sin maquillaje ni iluminación favorable) que en la vida real. (p. 126)

Las diferentes aplicaciones de edición nos hacen valorar que el uso de estas herramientas, deja en evidencia una ilusión por modificar la apariencia para así llegar al canon de belleza deseado en la imagen como señala Muñoz-Muñoz y Martínez Oña (2014) “la evolución de las nuevas tecnologías está íntimamente relacionada con la transformación o de transformación del canon de belleza femenino, ya que el concepto de belleza es retocado constantemente a través de la manipulación digital de la imagen” (p. 370) y, por tanto, hace que la imagen se desligue de esa objetividad y verdad fotográfica.

Este hábito del retoque y de manipulación fotográfica de las redes sociales, viene dado por una inercia que la sociedad ha ido adquiriendo para sentir que la imagen de uno encaja en determinados estándares de belleza, sin importar mentir para así cumplir con esas expectativas de éxito y de vida perfecta en una versión distorsionada que esconde imperfecciones. “Hablamos de belleza cuando disfrutamos de algo por lo que es en sí mismo independientemente del hecho de que lo poseamos” (Eco, 2004, p. 9).

El retrato moderno se mira en el espejo de la pantalla, una evolución del mito de Narciso, que refleja imágenes transformadas mediante inteligencia artificial, que permiten explorar versiones estilizadas del yo conforme a cánones dominantes y que hace que “la variabilidad de la imagen fotográfica se haya convertido en la norma y no en la excepción” (Wirth, 2023, p. 160). Por lo tanto, recurriendo a reflexiones del pasado Eco, ya afirmó que la belleza y la fealdad son conceptos cambiantes en el tiempo, influenciados por las tendencias del momento provenientes de la cultura, la publicidad y la moda. “La publicidad nos convence para que realicemos tal transformación mostrándonos personas aparentemente transformadas y, como consecuencia de ello, envidiables. La fascinación radica en ese ser envidiado. Y la publicidad es el proceso de fabricar fascinación” (Berger, 2014, p. 146).

En este sentido, la proliferación de programas de edición basados en inteligencia artificial facilita la alteración de imágenes para usuarios no expertos, evidenciado por altas tasas de descarga que reflejan su popularidad, brindando una manera fácil y gratuita de experimentar con la apariencia personal. Además, confirma la hipótesis planteada, puesto que a raíz de estas se evidencian hasta qué punto el retrato moderno opera en el terreno de la ficción visual y, que en ocasiones, va más allá de un maquillaje superficial al ofrecer opciones como la elevación de pómulos, el estrechamiento de nariz, el aumento de labios o el afilamiento de barbilla, entre otros, aspectos que llegan a estar más relacionados con la cirugía estética que con la propia esencia del retrato fotográfico, no obstante y, de ahí parte de su éxito, mantienen ciertas marcas de individualidad del propio rostro editado, es decir, aunque la apariencia cambie por completo, el usuario se reconoce en esa nueva versión.

Todo ello genera un catálogo de poses y gestos a interpretar en función del cometido de cada retrato y, que a veces no responde a una razón concreta como sucede con la fotografía del álbum familiar.

Esta curiosidad por contemplar cómo somos si cambiamos ciertos atributos de nuestro rostro y obtener diferentes versiones de uno mismo, marca el último hito tecnológico que impulsa un tipo de retrato con una estética y composición similar y cuyo fin en común es la construcción de nuevos rostros en base a un deseo estético e idealización de la belleza de uno.

3. Conclusiones

Esta investigación ha abordado la evolución de la pose en el retrato fotográfico popular desde una perspectiva cultural, visual y técnica, centrándose especialmente en las imágenes *selfie* protagonizadas por mujeres. La pregunta inicial: cómo los cambios tecnológicos han influido en la construcción de la pose y qué implicaciones tiene esto en la representación del yo, encuentra respuesta en la constatación de que la pose no es un gesto aislado ni neutro, sino una práctica profundamente condicionada por los dispositivos de captura, las lógicas de visibilidad contemporánea y las expectativas sociales sobre la imagen corporal.

A lo largo del recorrido histórico propuesto, se observa cómo la progresiva accesibilidad a la cámara y su incorporación a la vida cotidiana han redefinido los códigos del retrato. Desde la solemnidad del daguerrotipo hasta la inmediatez del

selfie, el acto de posar ha pasado de ser una ritualización formal del yo a convertirse en una herramienta de construcción identitaria vinculada al deseo de validación pública.

En el caso de las mujeres, este fenómeno adquiere una dimensión particular: los retratos digitales reproducen y, a menudo, refuerzan estereotipos visuales que presionan hacia la estética, la performatividad del cuerpo y la idealización de la imagen. Las aplicaciones de edición, los filtros y los modelos de belleza promovidos en redes sociales afectan de manera diferenciada a este grupo, limitando la expresión libre del yo e imponiendo un canon dominante que se replica masivamente.

En este contexto, la pose se revela como un acto social y cultural: un lenguaje visual que articula identidad, pertenencia y deseo. Lejos de ser una acción individual espontánea, se configura como una práctica aprendida, imitativa y regulada. La fotografía digital, y especialmente el *selfie*, hacen visibles las tensiones entre autenticidad y artificio, entre visibilidad y control, especialmente en los cuerpos feminizados expuestos a la mirada pública.

Este estudio contribuye así a comprender el retrato fotográfico no solo como registro, sino como discurso visual que moldea las formas de representarse y ser percibidas. La mirada sobre la pose femenina en el entorno digital permite reflexionar críticamente sobre el lugar del cuerpo, la imagen y la agencia en una sociedad hiperconectada, donde la tecnología no solo facilita la representación, sino que también delimita sus posibilidades.

Como aporte sustancial, esta investigación se plantea como un punto de partida para el análisis crítico de la relación entre autorrepresentación digital y autoexigencia estética, especialmente en el caso de las mujeres jóvenes. Este vínculo puede ser explorado desde enfoques interdisciplinares que aborden la salud mental, la presión social y la influencia de los estándares visuales en la construcción de la identidad en el ecosistema digital contemporáneo.

Referencias bibliográficas

Ansón, A. (1996). Proust, la fotografía y el cine. *Moenia: Revista Lucense de Lingüística & Literatura, 2*, 267-283. http://hdl.handle.net/10347/5953

Azkarate Gambra, U., & Marcellán Baraze, I. (2021). *Aprendiendo a mirar-nos. Deconstruir el canon hegemónico de los selfies de Instagram a través de la educación artística* [Sesión de conferencia]. V Congreso de Educación para la Transformación Social: educar en la incertidumbre liberadora.Vitoria, España. https:// publicaciones.hegoa.ehu.eus/es/publications/549

Berger, J. (2014). *Modos de ver.* Gustavo Gili.

Boston Public Library. (ca. 1859–1870). *Carte de visite* [Fotografía]. Boston Public Library Digital Collections. https://acortar.link/ke9dHO

Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.

Castro, F. (2008). La fascinación del retrato. En *La fotografía en la colección del IVAM*. Institut Valencià d'Art Modern de Valencia.

Eco, U. (2004). *Historia de la belleza*. Debolsillo.

Flusser, V. (1983). *Hacia una filosofía de la fotografía* (E. Sánchez & A. Ramírez, Trads.). Ediciones del Serbal.

Freund, G. (2017). *La fotografía como documento social*. Gustavo Gili.

Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg.

Genaro García, N. (2012). Autorretrato fotográfico como memoria. *Aularia: Revista Digital de Comunicación, 1*(2), 271-278. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3970473

Glaude, A. [@annaglaude]. (2023, agosto 9). *Just another beach pic* [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/annaglaude/

Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.

Martin Mant, A. [@mummy_running_a_salon_]. (2023, marzo 2). *Selfie* [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/mummy_running_a_salon_/

Morris, D. (2020). *Posturas. El lenguaje corporal en el arte*. Blume.

Muñoz-Muñoz, A. M., & Martínez-Oña, M. del M. (2019). Representación iconográfica de las mujeres en la publicidad de perfumes. *Signa: Revista De La Asociación Española De Semiótica, 28*, 1123-1148. https://doi.org/10.5944/signa.vol28.2019.25113

Olivares Mardones, C. A., & Rubilar Medina, J. E. (2017). *Desplazamiento del retrato fotográfico: tránsito del espacio íntimo al espacio social y público*. III Congreso Internacional de Investigación en Artes Visuales ANIAV. https://doi.org/10.4995/aniav.2017.5230

Sánchez Montalbán, J. L. (2005). La fotografía de familia estudio e identificación de los usos, modelos y consumo. En P. Amador Carretero, J. Robledo Rillo & R. Ruiz Franco (Eds.), *Actas de las Terceras Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología* (pp-291-310). Editorial Archiviana. http://hdl.handle.net/10016/8996

Sontag, S. (1975, abril). A woman's beauty: Put-down or power source? *Vogue*. https://archive.vogue.com/article/1975/04/01/a-womans-beauty-put-down-or-power-source

Sontag, S. (2008). *Sobre la fotografía*. Debolsillo.

Wirth, S. (2023). Inter|face experiments: FaceApp as everyday AI. *Interface Critique, 4*, 159-169. https://doi.org/10.11588/ic.2023.4.93419